

외래어 수용에 관한 임계사용자 가설*

- 영어 외래어를 중심으로 -

오 선 희
(백석대학교)

Oh, Sun-Hee. (2005). Critical mass hypothesis regarding the acceptance of English loan words in Korean. *Language Research* 41(1), 227-246.

This paper's contribution to the literature of Linguistics consists primarily of the borrowing of useful analytical concepts such as 'critical mass' (from Physics), 'switching costs' and 'bandwagon effects' (both from Economics), and, for the first time, combining and adapting them to develop a new *critical mass theory* for linguistic analysis.

In this context, critical mass refers to the minimum number of users of a foreign word that are required in order for the foreign word to be accepted as a loan word in such users' native language. The following phenomena, including their interactions with each other, are critical to the process of forming critical mass for loan word acceptance: (1) general bandwagon effect, (2) fad bandwagon effect, (3) switching costs, and (4) early-mover advantage.

Key words: critical mass, loan words, switching costs, general bandwagon effect, fad bandwagon effect, early-mover advantage

1. 서론

외래어의 사전적 정의는 “외국으로부터 들어온 말이 국어로 쓰이게 된 말”이다. 우리나라 외래어 표기에 관한 최초의 규정은 1933년에 제정된 조선어학회 ‘한글 맞춤법 통일안’에서 비롯되었다. 외래어 표기법은 1958년에 제정된 ‘로마자자의 한글화 표기법’을 근간으로 삼고 있다. 우리가 현재 사용하고 있는 외래어 표기법은 이것을 대폭 개정·보완하여 문교부 고시로 1986년 1월부터 시행되었다. 이 개정안의 외래어 표기법 제1장에는 외래어 표기의 기본원칙을 규정하고 있는데 여기에는 세부적인 5개의 항목이 있다. 외래어 표기법의 제1장 제5항에는 “이미 굳어진 외래어는 관용을 존중하되 그 범위와 용례는 따로 정한다”고 규정하고 있다.

* 이 논문의 완성도를 높이는데 편집인과 세 분의 익명 심사위원들의 좋은 지적과 제언이 큰 도움이 되었음을 밝히며 감사드린다.

그렇다면 ‘이미 굳어진 외래어’는 어떤 과정을 통하여 정착되었는가? 그 형성 과정을 분석하기 위하여 본 논문에서는 물리학의 임계질량(臨界質量·critical mass) 개념을 언어학적 개념으로 재해석하려 한다.

어느 외국어 어휘가 우리말 외래어로 정착하기 위해서는 그 어휘를 사용하는 상당수의 사용자가 필요하다. 본 논문에서는 외래어 정착을 위해 필요한 최소 사용자를 ‘임계사용자’(critical mass)라 정의한다. 하나의 어휘가 임계사용자를 확보해 가는 과정에서 다음의 네 가지 현상들이 나타나게 되는데 이 현상들은 외국어 어휘가 외래어로 정착하는 과정에서 임계사용자 형성에 영향을 미친다.

첫째, 사람들은 가급적 많은 사람들이 사용하는 보편적인 어휘를 사용하려고 하는데 이것을 ‘보편동승효과’(普遍同乘效果·general bandwagon effect)로 정의한다. 둘째, 시대의 조류를 따르고 유행을 앞서가고 싶어하는 사람들의 심리를 ‘유행동승효과’(流行同乘效果·fad bandwagon effect)라고 정의한다. 셋째, 이미 익숙해진 어휘를 새로운 어휘로 대체하려면 시간이나 노력 등이 필요한데, 이것을 ‘전환비용’(轉換費用·switching costs)이라 정의한다. 넷째, 여러 개의 대안이 서로 경쟁하게 될 때 먼저 사용하기 시작한 어휘는 유리한 위치를 차지하게 된다. 이것을 ‘사용점유율경쟁’(使用占有率競爭·competition for relative usage rate)에서의 ‘선사용어휘의 장점’(先使用語彙의 長點·early-mover advantages)이라 정의한다.

본 논문이 언어학에 기여한 바는 물리학의 임계질량(critical mass), 경제학의 전환비용(switching costs) 및 동승효과(bandwagon effect) 등의 개념을 인문 과학에 도입하여, 언어학 최초로 임계사용자가설(critical mass hypothesis)을 완성한 것이다.

본 논문은 영어 외래어를 중심으로 외국어 어휘가 우리말 외래어로 정착하는 과정을 임계사용자 가설로 설명하고자 한다. 임계사용자 가설을 설명하기 위하여 앞에서 정의한 임계사용자, 보편동승효과, 유행동승효과, 전환비용, 선사용어휘의 장점, 사용점유율 등의 개념을 사용한다.¹⁾

어느 외국어 어휘가 외래어로 정착하기 위해서는 그 어휘를 사용하는 임계사용자를 확보하여야 한다. 보편동승효과는 임계사용자를 확보해 가는 과정에서 긍정적인 역할을 하는데, 이것은 많이 사용되고 있는 어휘를 쓰는 것이 의사소통에 용이하기 때문에 일어나는 현상이다. 따라서 사용자의 수가 늘어날수록 보편동승효과는 더욱 상승하고 이것은 새로운 다른 어휘로의 전환비용을 높임으로써 이미 익숙해진 어휘가 새로운 어휘로 대체되는 것을 어렵게 만든다. 결과적으로 동승효과로 높아진 전환비용이 임계사용자를 확보할 수 있도록 돕는다.

1) 임계사용자 가설은 고유어, 한자어를 포함한 모든 신어에 적용되는 이론이나 본 논문에서는 영어 외래어만을 다루기로 한다. 국립국어연구원의 ‘신어 보고서’는 신어에 대한 어원, 뜻풀이, 출전 등을 실고 있다. 이 보고서에 따르면 신어 가운데 외래어의 수가 전체의 40%를 차지하고 있으며 외래어가 부분적으로 관련된 것까지를 포함하면 총 64%를 차지한다.

한 가지 표현을 두고 여러 개의 외국어 어휘가 하나의 외래어로 정착하기 위한 경쟁이 일어나기도 한다. 이러한 경우에는 먼저 사용하기 시작한 선사용 어휘가 사용점유율 경쟁에서 유리하다. 선사용 어휘는 이미 어느 정도 사용자의 수를 확보한 상태이므로 동승효과가 유리하게 작용하고 결국 선사용 어휘가 임계사용자를 확보하여 정착하도록 돕는 역할을 한다.

최근에는 영어 어휘가 우리말을 밀어내고 새로운 임계사용자를 확보하여 외래어로 정착하는 경우가 많이 있다. 이러한 현상은 유행동승효과가 보편동승효과와는 반대로 오히려 새로운 외래어로의 전환비용을 낮춰주므로 가능한 일이다. 유행동승효과 즉, 시대의 조류에 편승하여 유행을 앞서가고 싶어하는 사람들의 심리가 적절한 우리말을 영어 외래어로 대체하는데 소요되는 노력이나 시간 등을 기꺼이 감당할 수 있도록 만든다.

임계사용자는 외래어의 정착과정에서 뿐만 아니라 원어의 발음이나 의미가 왜곡되어 정착하는 외래어와 적절한 우리말을 제치고 도입되는 외래어의 정착 과정에도 결정적인 역할을 담당한다. 임계사용자가 외래어 발음의 정착에 영향을 미치는 예로 ‘알레르기’를 들 수 있다. 영어의 ‘allergy’를 고려한다면 ‘알레르기’라는 발음보다는 ‘앨러지’라는 발음이 더 타당하겠으나 ‘알레르기’가 먼저 임계사용자를 확보한 발음이므로 ‘알레르기’로 정착되었다.

원어의 의미와는 다르게 왜곡되어 사용되는 외래어의 예로 ‘미팅’이 있는데 이것은 영어 ‘meeting’에서 유래하였다. 그러나 주로 업무상 ‘집합’, ‘회합’의 의미로 쓰이는 영어 ‘meeting’과는 달리 우리나라에서는 ‘남여간의 첫 만남’, 즉 영어의 ‘blind date’의 의미로 널리 사용되고 있다. 이것은 의미가 왜곡된 채로 임계사용자를 확보하여 굳어진 외래어의 예이다. 우리말을 밀어낸 외래어의 예로 ‘실크’(silk)가 있다. ‘비단’이라는 우리말이 있었음에도 불구하고 ‘실크’라는 영어가 새로운 임계사용자를 확보하여 외래어로 정착된 것이다.

임계사용자를 형성하는 데 주도적인 역할을 하는 주체는 네 가지로 분류할 수 있다. 첫째, 지식인 및 상류층이 주체가 되어 임계사용자를 형성하는 경우이다. 이들이 주체가 되는 외래어들은 비교적 원어에 가까운 정확한 의미와 발음으로 정착된다. ‘에너지’, ‘미네랄’ 등이 여기에 해당하는 외래어인데, 의학이나 과학 등 학문과 관련된 용어들이 많다.

둘째, 언론이 임계사용자 형성의 주체가 되는 경우이다. 언론이 주체가 될 때에는 다양한 언론매체 사용을 통하여 사용빈도수를 높일 수 있으므로 임계사용자 형성이 용이하다.

셋째, 대중이 임계사용자 형성의 주체가 되는 경우이다. 대중은 새로운 어휘에 대한 습득력과 적응력이 지식층에 비해 상대적으로 열등하므로 가능한 자신들이 이미 알고 있는 외국어를 활용하려는 특징이 있다. 따라서 대중이 주체가 되어 정착된 외래어는 원어의 의미와 발음과는 거리감이 있는 왜곡된 형태가 많다.

넷째, 상업적인 전략이 임계사용자를 주도하는 경우이다. 고급화·차별화를 내

세우는 상업적인 전략이 유행을 앞서가고 싶어하는 사람들의 심리와 결탁할 때 유행동승효과는 막강한 위력을 발휘한다.

본 논문의 구성은 다음과 같다. 2장에서는 먼저 다양한 외래어 차용 방식을 살펴보고, 임계사용자의 정의와 외래어 정착과정에서의 임계사용자의 네 가지 역할, 그리고 전환비용, 보편동승효과, 유행동승효과, 선사용 어휘의 장점과 사용점유율 경쟁이 외래어 정착 과정에서 미치는 역할에 대하여 설명한다. 3장에서는 결론 및 바른 외래어 정착을 위한 방향을 제시하고자 한다.

2. 임계사용자 가설

본 장에서는 먼저 외래어의 다양한 차용방식들을 소개한다. 이어서 임계사용자의 정의와 외래어 정착과정에서의 임계사용자의 역할을 설명한다. 그리고 임계사용자를 확보하는데 작용하는 전환비용, 동승효과, 선사용 어휘의 장점과 사용점유율 경쟁 등의 현상들을 설명하고 이들 간의 상호 작용을 가설로 제시한다. 마지막으로 임계사용자 형성을 주도하는 계층을 넷으로 분류하여 각각의 특징을 살펴본다.

2.1. 외래어 차용 방식

외국어 어휘를 우리말 어휘로 도입하여 사용하는 것을 외래어의 차용(loan or borrowing)이라 한다. 이승명(1982)은 외래어의 차용을 언어사용자의 문화적 태도에 따라 능동적 수용과 피동적 수용으로 구분하였다. 능동적 수용은 외래어를 필요에 따라 의식적이고 적극적으로 받아들이는 경우라고 보았다. 피동적 수용은 외래어가 선진 문화권의 언어이고 그것을 사용함으로써 남들보다 유식하고 고상해 보일지도 모른다는 생각으로 외래어를 수용하는 피동적이고 소극적인 수용이라고 보았다.

송철의(1997)는 외래어가 유입되는 배경을 크게 두 가지로 분류하였다. 첫째는 정복이나 식민지배와 같은 정치적 요인으로 인하여 외국어가 강제적이고 수동적으로 유입되는 경우이다. 우리나라가 일제의 통치를 받는 동안 일본어의 사용을 강요당하면서 나온 부산말인 일본어의 잔재가 아직도 우리말속에 남아 있는 것이 그 예이다. 둘째는 외국의 문화와 문물을 접촉하는 과정에서 필요에 의하여 외국어가 능동적으로 유입되는 것이다. 개화기 이전까지, 오랜 접촉에 의하여 중국어 기원의 외래어가 유입된 것이나 한자어가 늘어난 것, 개화기 이후에는 서구어 계통의 외래어가 들어오게 된 것이 여기에 해당한다.

송철의(1998)는 외래어를 차용 방식에 따라 원어의 음을 차용하는 음역차용, 외국어의 의미를 자국어로 번역하여 수용하는 번역차용, 그리고 혼종 번역차용으로 분류하였다. 그 예로 영어의 'relay'를 들고 있는데 이 어휘를 '릴레이'로 받아들인다면 음역

차용이고 ‘이어달리기’로 번역하여 받아들이면 번역차용이 된다. 또한 ‘relay’를 ‘계주’라고 번역하면 영어를 한자어로 번역하는 것이 되므로 혼종 번역차용이 된다. 우리말 외래어는 순수한 고유어로의 번역차용보다는 한자어로의 번역차용이나 한자어 요소와 고유어의 요소가 혼합된 혼종 번역차용이 많다고 지적하였다. 외래어의 남용을 자제하고 순화해야 한다는 것은 음역차용의 외국어를 순수 우리말 또는 한자어로 번역차용하자는 것으로 해석하였다.

송철의(1998)는 외래어를 수용경로에 따라 직접차용과 간접차용으로 구분하였다. 원어에서 직접 받아들여지는 것이 직접차용이고, 다른 언어를 거쳐서 차용되는 것이 간접차용이라는 것이다. 우리말에서는 개화기 이전까지는 중국을 경유하여, 개화기 이후에는 일본을 경유하여 외래어의 간접차용이 이루어졌다고 말하고 있다. 중국을 통하여 이루어진 간접차용의 예에는 불교와 관계된 용어들이 많다. 그는 간접차용의 예로 ‘아미타’(我弥陀), ‘석가’(釋迦), ‘열반’(涅槃) 등을 들고 있는데 이 어휘들은 산스크리트어로부터 음역 차용한 중국어를 우리가 다시 받아들인 것이다. 그는 ‘법계’(法界), ‘중생’(衆生), ‘귀의’(歸依), ‘공양’(供養) 등은 중국에서 번역차용한 것을 우리가 다시 차용한 예로 적고 있다. 그에 따르면 이 두 가지 경우 모두 산스크리트어에서 직접 차용한 것이 아니라 중국어를 통하여 받아들인 것이므로 간접차용의 다른 형태이다.

2.2. 임계사용자

처음엔 생소한 외국어 어휘가 일반인에게 통상적으로 사용되는 우리말 외래어 어휘로 발전되어 가는 것은 어떠한 이유와 목적에서든지 그 어휘를 사용하는 사람들이 생겨나기 때문이다. 외국어 어휘가 외래어로 자리를 굳혀 가기 위해서는 그 어휘를 사용하는 상당수의 사용자가 필요한데 이 다수의 어휘 사용자를 임계사용자(critical mass)라 정의한다.²⁾

임계질량(critical mass)이란 핵분열 물질이 스스로 연쇄반응을 일으킬 수 있도록 만드는 최소한의 질량을 뜻하는 물리학 용어이다.

물리학 용어인 임계질량을 Rogers(1995)는 사회적 현상을 설명하는 일반적 용어로 쓰기 시작했다. 경영학 문헌에서 Rogers(1995)는 critical mass에 도달하는 것이 사업의 성패를 가름하는 중요한 관건이 된다고 주장하였다. 또한 Mahler & Rogers(1999)는 critical mass를 확보할 수 있는 전략을 제시하면서, 영향력 있는 인사를 확보하는 것이 critical mass를 확보하는데 매우 유리하다고 주장하였다. Mahler & Rogers(1999)가 제시한 전략은 앞으로 자세히 설명

2) 핵물질이 폭발 또는 연쇄반응을 지속적으로 일으키기 위한 최소한의 질량과 크기를 임계질량(critical mass)이라 일컫는데, 대개 5-20kg 정도이다. 평소에는 임계질량의 상태가 되지 않도록 핵물질을 두 개 이상의 여러 조각으로 분리시켜 두었다가 필요할 때에 순간적으로 핵물질이 합쳐지게 하여 임계질량 상태가 되도록 만들면 비로소 핵폭발이 일어나게 된다(Lamarsh, 1996, pp. 109-110).

하겠지만, 외국어가 임계사용자를 확보하는 데에 있어서 영향력이 막강한 식자층이나 언론의 역할이 매우 중요하다는 것과 맥을 같이 한다.

정치학에서도 critical mass의 개념을 사용하는데, Studlar & McAllister(2002)는 여성의 정치참여에 관한 연구에서 여성 정치인의 숫자가 critical mass에 도달하게 되면 정치적인 변화와 정책의 변화를 선도하게 되고 이것은 급격한 입법부의 변화를 초래한다고 설명하였다.

이와 같이 경영학이나 정치학 등 사회과학에서는 이미 critical mass 개념을 도입하여 사용하고 있다. 인문과학에서는 아직 사용된 적이 없었는데 본 논문에서 처음 도입하여 사용하고자 한다.

임계사용자의 역할을 분석하기 위해 외래어 정착과정을 다음의 네 가지 경우로 구분해 본다: (1) 외국어 어휘의 우리말 외래어로의 정착, (2) 외래어의 발음 정착, (3) 원래의 뜻과는 달리 사용되는 외래어의 정착, (4) 우리말의 어휘를 밀어낸 외래어의 정착.

이 네 가지를 구체적으로 살펴보자. 첫째, 외국어가 외래어로 정착하는 과정에서 그 어휘를 사용하는 상당수의 사용자 즉, 임계사용자를 확보한 외국어 어휘는 외래어로 정착된다. 이것은 우리가 현재 사용하고 있는 거의 모든 외래어에 적용된다. 만약, 누군가에 의하여 하나의 외국어 어휘가 사용되기 시작하였으나 상당수의 사용자 즉, 임계사용자에 해당하는 여러 사람이 그 어휘를 사용하지 않는 경우에는 그 어휘는 상용 외래어로 자리 잡지 못한다. 그러나 여기서의 임계사용자는 반드시 과반수를 의미하는 것은 아니다.³⁾

둘째, 임계사용자는 외국어가 어떠한 발음의 외래어로 정착되는가에 결정적 역할을 한다. 예를 들어 ‘allergy’의 경우를 살펴보자. 이 어휘의 영어식 발음은 ‘앨러지’에 가깝다. 영어권 교육을 받았거나 의료계에 종사하는 등의 고학력자들은 ‘앨러지’로 발음하기도 한다. 그러나 같은 어휘를 다수의 한국인들은 독일식 발음을 따라 ‘알레르기’라고 발음하고 있으므로 ‘allergy’는 ‘알레르기’라는 발음으로 정착되었다. 다시 말해, ‘앨러지’와 ‘알레르기’의 두 어휘 중에서 ‘알레르기’가 먼저 사용되기 시작하여 ‘앨러지’보다 먼저 임계사용자를 확보한 것이다.⁴⁾ 그러므로 임계사용자는 하나의 외래어에 두 개 이상의 다른 발음이 공존할 때

3) 예를 들면, Staudt(1996)는 정치학에서 여성의 정치참여 critical mass의 수치를 15% 정도로 보았다. Studlar & McAllister(2002)는 여성의 정치참여 critical mass의 범위를 10에서 35%까지 보고 있음을 밝혔다. Nettle(1999)는 언어변화(language change)의 속도와 그 언어를 사용하는 공동체(speech communities)의 크기 사이에는 깊은 상관관계가 있음을 밝혔다. Nettle(1999)의 연구는 언어 공동체가 작을수록 외래어를 받아들이는데 필요한 임계사용자 확보가 빠르고 용이하다는 것을 말해준다.

4) 영어 ‘energy’는 ‘에네르기’와 ‘에너지’의 두 개의 발음 중에 ‘에너지’로 정착 되었다. 영어 ‘allergy’와 마찬가지로 ‘energy’는 ‘에네르기’라는 독일식 발음으로 소개되어 사용되기 시작하였다. 그러나 당시 우리나라에서 이 단어의 중요성이 낮았으므로 ‘에네르기’라는 발음이 임계사용자수를 확보하지는 못했으리라는 추측이 가능하다. 그 후 1960년대에 들어서 산업화가 급속히 진행되면서 ‘energy’는 빈번하게 사용되기 시작했다. 이에 따라 ‘energy’는 시대의 조류인 미국식 발음 ‘에너지’로 임계사용자수를 확보하였던 것으로 보인다.

어는 발음으로 정착되는가에 영향력을 미친다고 볼 수 있다. 일단 임계사용자를 확보한 외래어는 발음의 옳고 그름을 떠나 다수가 사용하는 대로 굳어진다.

셋째, 우리나라에서 외국어 원래의 의미와는 다르게 사용되는 외래어의 정착에도 임계사용자는 큰 영향을 미친다. 우리나라에서 외래어 ‘미팅’은 ‘남녀 간의 첫 만남’의 의미로 널리 사용되고 있다. 그러나 이것은 영어 ‘meeting’의 본래의 뜻인 ‘집합’, ‘회합’과는 그 의미가 매우 다르다. 이것은 상용되고 있는 외래어의 의미가 영어의 원래 뜻과 다르나 이미 상당수의 사용자 즉, 임계사용자를 확보하였으므로 그대로 굳어진 예이다.

넷째, 임계사용자는 영어어휘가 우리말의 적당한 어휘를 밀어내고 새로운 외래어로 자리잡는 데에도 영향을 미친다. ‘결혼식장’ 또는 ‘예식장’이라는 우리말 어휘가 영어의 ‘웨딩홀’이라는 어휘로 빠르게 전환되어 사용되고 있는 것이 그 좋은 예이다. 이 경우 외국어인 ‘웨딩홀’의 사용자 수가 임계사용자를 확보하면서 우리말인 ‘예식장’을 대체하여 외래어로 정착하게 된 것이다.⁵⁾

2.3. 전환비용

사람들은 이미 익숙해진 어휘를 새로운 어휘로 대체하려면 비용을 지불해야 한다. 이 때의 비용이란 새로운 어휘를 배우고 익숙해지는데 드는 수고나 시간 등을 말하는데, 이것을 전환비용(switching costs)이라고 정의한다.⁶⁾ 전환비용을 지불해야 하는 번거로움 때문에 임계사용자를 획득하여 사용되고 있는 기존의 어휘가 다른 새로운 어휘로 대체되는 일은 좀처럼 일어나지 않는다. 일단 굳어져 사용되고 있는 외래어는 원래 외국어와 발음이나 의미가 다를지라도 쉽게 고쳐지지 않는다.

그러나, 때로는 전환비용의 지불을 감수하면서까지 사람들은 익숙한 어휘를 포기하고 새로운 어휘를 선택한다. 이런 일은 전환비용을 충분히 보상할만한 이득이 있을 때 발생한다. 바꿔 말하면, 이미 사용하고 있는 어휘를 새로운 어휘로 대체시키기 위해서는 어떠한 형태로든 전환비용에 상응하는 보상이 있어야 한다.

지적인 수준에 따라 외래어 사용자들을 대중과 지식층의 두 가지로 분류할 수 있는데, 이 두 부류는 전환비용 지불 의사와 능력에 있어 차이를 보인다. 먼

5) 그러나 아주 예외적으로 ‘금자탑’(金字塔)처럼 임계다수 경쟁에서 지고도 살아남은 어휘도 있다. 피라미드(pyramid)가 ‘금’(金)자 모양으로 생겼다고 해서 금자탑이라는 번역어가 생겨났었는데, 영어 외래어가 밀려들어오면서 금자탑은 ‘피라미드’라는 외래어에 그 자리를 내주었다. 그러나 금자탑은 달성하기 힘든 일을 해냈을 때에 사용하는 최고의 찬사를 의미하는 어휘로 살아 남았다.

6) 전환비용은 경제학 용어로 어떠한 상품의 사용자가 그 상품을 새로운 상품으로 대체하고자 할 때 지불해야 하는 비용을 말한다. 예컨대, Word Perfect의 사용법에 익숙한 사람이 MS Word라고 하는 새로운 소프트웨어(software)로 대체하려고 할 때 드는 비용이 바로 전환비용이다. 전환비용이 발생하는 이유는 새로운 상품으로 전환 시 이미 획득한 능숙함을 포기해야 하고 새로운 상품의 사용법을 배우는데 시간과 노력이 소요되기 때문이다(Besanko, et al., 1996, pp. 560-561).

저, 고학력이 아닌 대부분의 언어 사용자들은 지적인 수준이 미치지 못하므로 외래어 도입 시 지불해야하는 비용이 매우 크다. 외국어에 대한 지식이 얕은 대중은 자신이 이미 알고 있는 외국어를 손쉽게 사용하려는 특성이 있기 때문에 이 계층에서 사용하는 외래어는 발음이나 의미가 왜곡되는 경우가 많다. 특히 이런 계층의 사람들은 지적인 능력과 욕구가 상대적으로 낮으므로 모르는 새로운 외국어를 수용하여 익숙하게 되기까지는 많은 노력과 수고가 필요하다. 그러므로 이런 부류의 사람들은 왜곡된 외래어의 사용을 바로 잡는데 필요한 노력과 시간 즉, 전환비용의 지불을 꺼린다.

통념적으로 언어사용에 있어 상류 및 식자층이 전통을 고수하려는 보수적인 경향이 강할 것이라 생각되지만, 사실은 이와 반대이다. 즉, 식자층은 언어사용에 있어서 진보적인 성향을 보이는 반면에 교육수준이 낮을수록 보수적인 성향을 지닌다.⁷⁾

이러한 보수적 경향은 외래어 차용과정에서도 나타난다. 식자층은 새로운 외국어를 차용하여 사용하는데 지적으로 큰 부담이 없으므로 쉽게 외국어를 차용하여 빈번히 사용한다. 반면에 학력이 떨어지는 대중은 상대적으로 외국어에 대한 적응력이 낮고 따라서 부담을 많이 느끼게 된다. 즉, 외국어의 차용에 따르는 도입비용이 식자층에게는 낮은 반면에 학력이 떨어지는 사람들에게는 높아지는 것이다.

그러나 때로는 지식층이 변화를 받아들이는 만큼의 충분한 지적인 수준은 갖추었음에도 불구하고 불편함 때문에 변화를 원치 않기도 한다. 지식층에서 전환비용의 지불을 꺼리는 예로는 ‘핸드폰’을 들 수 있다. 영어 ‘cellular phone’ 또는 ‘cell phone’, ‘mobile phone’이 원래 영어이므로 외래어로 ‘핸드폰’보다는 ‘셀폰’이 더 타당하다고 볼 수 있다. ‘핸드폰’의 경우는 ‘셀’(cell)이라는 어휘가 대중에게는 생소한 것이므로 대중들이 이미 알고 있는 손쉬운 ‘핸드(hand)’라는 어휘를 대신 사용했으리라는 추측이 가능하다. 지식층은 ‘셀폰’이라는 어휘를 익숙하게 사용하는데 무리가 없었을 것이다. 그러나 임계사용자를 확보한 ‘핸드폰’이 이미 보편적으로 사용되고 있기에 편리성을 이유로 지식층에서도 ‘핸드폰’을 ‘셀폰’으로 바꾸기 위한 전환비용을 지불하려 하지 않는다.

2.4. 동승효과

사람들은 다른 사람들이 많이 사용하는 어휘나 가까운 장래에 많은 사람들이 사용하리라고 예상되는 어휘를 쉽게 받아들여 사용한다. 그 이유는 어휘를 사용하는 사람이 많으면 많을수록 새롭게 어휘를 사용하는 사람의 이득이 커지기

7) 이러한 사실은 영어에서도 찾아 볼 수 있는 현상이다. 구어체에서 Elizabeth 시대의 형식과 발음을 Oxford나 Cambridge의 졸업생인 식자층에서는 찾아 볼 수 없으나, 교육수준이 높지 않은 시골 사람들의 언어에는 그 시대의 흔적이 아직도 남아있다(Roberts, 1994, pp. 509-518).

때문이다. 즉, 의사전달 수단으로서의 효용성이 그 어휘를 사용하는 사람이 많으면 많을수록 높아진다. 이것은 마치 사람들이 물건을 살 때 얼마나 많은 사람들이 그 물건을 사용하는가에 영향을 받는 것과 같다. 예를 들면, 사람들은 휴대전화 구입 시 같은 값이면 시장점유율이 높은 회사의 제품을 선호한다. 이러한 현상을 경제학에서는 ‘망외부효과’(網外部效果·network externality)라고 하는데, 쉬운 말로 동승효과(bandwagon effect)라고도 한다.⁸⁾

북저일(2002)은 언어의 망외부효과를 ‘메트칼프의 법칙’(Metcalfe's Law)을 사용하여 설명하였다. 메트칼프의 법칙이란 사용자에 대한 효용으로 정의되는 망(network)의 가치는 대체로 사용자의 수의 제곱에 비례한다는 것이다.⁹⁾ 즉, 사용자가 늘어날수록 가치가 커지며 그것의 가치는 그것을 사용하는 사람들의 수보다 훨씬 빠르게 늘어난다는 것이다. 언어에서 이러한 현상은 분명하게 드러난다. 아주 적은 사람들만이 쓸 때, 한 언어의 가치는 그리 크지 않으나, 점점 더 많은 사람들이 쓰게 되면서 그것의 가치는 폭발적으로 늘어난다. 그런 과정에서 그 언어는 정보 전달에 좋은 상태로 진화하게 된다. 망외부효과와 가장 두드러진 점은 그것의 사용자는 자신의 사용만이 아니라 다른 사람들의 사용으로부터도 혜택을 본다는 것이다. 이러한 현상을 ‘채택외부효과’(adoption externality)라고 부르는데 이러한 현상은 정보 전달 수단, 특히 언어에서 분명하게 나타나는 현상이다.

개인의 언어사용에서 나타나는 동승효과에는 두 가지 종류가 있다. 첫째, 언어 사용자는 가능하면 많은 사람들이 사용하는 보편적인 어휘와 표현을 사용하려는 성향이 있다. 그 이유는 언어의 가장 기본적 목적인 의사전달에 용이하기 때문이다. 이것을 보편동승효과(general bandwagon effect)라고 정의한다. 둘째, 시대의 조류 내지는 유행에 합류하고 싶어하는 인간의 심리 때문에 언어의 동승효과가 나타난다. 이것을 유행동승효과(fad bandwagon effect)라고 정의한다. 이러한 예는 유행어나 새로운 외래어 사용에서 찾아 볼 수 있다. 이 각각을 좀 더 자세히 살펴보기로 하자.

첫째, 보편동승효과는 외래어의 사용과 정착과정에서 두드러지게 나타난다. 즉, 사용의 편리성이 동승효과로 작용한다. 보다 많은 사람이 사용하는 어휘는

8) 망외부효과 또는 동승효과가 존재할 때에는 한 개인의 수요가 그 물건을 구매한 다른 사람들의 수에 의하여 영향을 받는다. 예를 들어 컴퓨터의 소프트웨어나 가전제품은 사용하는 사람이 많으면 많을수록 새롭게 그 물건을 구입하는 사람에게 유리하다. 구체적 예로 Microsoft's Excel을 사용하는 사람이 많으면 많을수록 효율적인 사용법을 안내하는 책이 많이 출판될 것이며, 사용 중에 문제가 생겼을 때 도움을 받을 수 있는 사람을 주변에서 쉽게 찾을 수 있다(Pindyck & Rubinfeld, 2001, pp. 127-129).

9) 메트칼프의 법칙(Metcalfe's Law)은 ‘에더넷 표준’(Ethernet Standard)을 창안한 Bob Metcalfe가 1980년 처음 주장하였다. 네트워크의 가치는 가입자의 수에 비례하여 증가하며 어느 시점부터 그 가치는 비약적으로 높아진다는 법칙이다. 예를 들어 10명의 회원에 1명이 늘면 사용자의 숫자로는 10% 증가하지만, 인터넷에서의 효과는 11의 제곱인 121이 되어 10의 제곱인 100보다 21%가 증가한다는 것이다. 이 법칙에 가장 크게 영향을 받는 업종은 금융, 엔터테인먼트, 여행제품, 정보, 서비스, 서비스 지향 산업 등이다.

의사전달의 수단으로 용이하므로 그 어휘를 사용하는 개인이 더욱 늘어나고 결과적으로 상당수의 어휘사용자를 확보하여 입계사용자를 확보한 외래어로 정착하게 된다. 이러한 예로 ‘비타민’을 들 수 있다. ‘바이타민’이 영어 ‘vitamin’에 보다 근접한 발음이라는 사실을 알고 있는 사람도 대부분의 사람들이 ‘비타민’이라는 발음으로 사용하고 있으므로 의사소통의 편리성 때문에 ‘비타민’이라는 발음을 사용하게 된다. 만약 어떤 사람이 영어의 원음에 가까운 발음인 ‘바이타민’의 사용을 고집한다면 다수의 사람들은 잘 알아듣지 못하므로 정확한 의사 전달에 문제가 발생할 수 있다. 영어 ‘coffee’가 ‘코피’나 ‘카피’가 아닌 ‘커피’로 통용되는 것도 비슷한 예이다.

둘째, 유행동승효과는 적당한 우리말 어휘가 있었음에도 불구하고 새로운 외국어 어휘가 이를 대체해 가는 과정에서 잘 나타난다. 이러한 경우에는 유행이나 시대적 조류에 합류하고 싶어하는 인간의 심리가 동승효과로 작용한다. 영어에서 비롯된 외래어 ‘실크’(silk)는 유구한 역사를 가진 우리말 표현인 비단이라는 어휘를 완전히 잠식했다. 비단이라는 말 대신에 ‘실크’라고 하면 유행과 시대의 조류에 동승하는 듯한 심리가 동승효과로 작용한 것이다. 이 경우, 지불해야 하는 전환비용이 만만치 않음에도 불구하고 유행과 시대의 조류를 앞서간다는 심리적인 만족감이 이를 극복할 수 있게 만든다. 다시 말해 유행동승효과가 전환비용을 능가하도록 만들어준다.

영어를 사용하는 사람이 유식하고 유행을 앞서가는 세련된 사람이라는 인식이 외래어의 사용을 부추기기도 한다. 이러한 예로 닭고기와 ‘치킨’을 들 수 있다. 닭고기와 ‘치킨’은 원래는 같은 뜻이지만 우리는 요리법에 따라 구분하여 사용하고 있다. 닭고기는 삼계탕이나 닭찜과 같은 고유의 방식으로 요리된 것을 지칭하는 반면에 ‘치킨’은 구이나 튀김 등의 서구적인 방식으로 요리된 닭고기에 한정적으로 사용되고 있다. 다방과 ‘카페’ 또는 ‘커피숍’을 비교하여 보면 본래의 의미가 비슷한 듯 보이나 어떤 어휘를 사용하느냐에 따라 말하는 사람이나 듣는 사람이 받아들이는 의미에 차이가 나타난다. 다방은 구식의 어둡고 허름한 찻집을 연상시키는 반면에 ‘카페’나 ‘커피숍’은 세련된 분위기의 서구화된 찻집을 연상시킨다.¹⁰⁾

최근 다방이나 찻집보다 ‘카페’나 ‘커피숍’을 더 흔히 접하게 되었다. 이것은 ‘카페’나 ‘커피숍’이라는 새로운 영어 어휘가 기존에 상용되던 우리말과 경쟁하여 새로운 입계사용자를 확보해 가고 있는 듯이 보인다. 그러나 ‘카페’나 ‘커피숍’이라는 영어가 다방이나 찻집을 대체한다고 보기에는 무리가 있다. 촌스럽고

10) 일본에서는 최신의 영어외래어가 어떠한 세대에 속하는 가를 가름하는 척도로 사용된다. 즉, 최신의 영어 외래어를 사용하는 사람들은 유행의 첨단을 달리는 신세대로, 영어 외래어를 사용하지 않는 사람들은 유행에 뒤진 구세대로 규정짓는다. 또한, 똑같은 의미를 가진 두 개의 어휘가 순수 일본어인가 아니면 외래어인가에 따라 그 의미에 상당한 차이가 있다. 예를 들어 주방을 가르키는 순수 일본어인 daidokoro는 현대화되지 않은 일본의 전통적인 형태의 주방을 의미하며, 영어 외래어인 kitchen은 서구화된 현대적인 형태의 주방을 의미한다(Hoffer, 1990, pp. 1-11).

구세대적인 분위기의 다방은 많이 사라지고 있으나 찻집은 오히려 ‘전통찻집’이라는 고유한 분위기로 영업 중이다. 이 경우는 새로운 상품산업이 옛날 상품산업을 대체해가는 현상으로 볼 수 있다. 옛날 상품산업을 나타내는 기존의 어휘가 새로운 상품산업을 표현하기에는 부적절하므로 외래어와 같은 새로운 어휘를 사용하게 되어 마치 새로운 어휘가 옛날의 어휘를 대체하는 것처럼 보이는 것이다.¹¹⁾

한편, 보편동승효과는 어느 어휘를 두고 서로 경쟁하는 몇 개의 대안들이 하나로 통일되는 이유가 되기도 한다. 휴대전화란 어휘의 경우에 사용초기에는 여러 가지 경쟁 대안들이 있었다. 휴대전화라는 우리말과 ‘셀폰’, 그리고 ‘핸드폰’이 그것이다. 이 세 가지 어휘의 사용 경쟁에서 ‘핸드폰’이 우세해지면서 이 어휘를 사용하는 사람들이 더욱 많아졌다. ‘핸드폰’이라는 말을 사용하는 사람이 늘어남에 따라 휴대전화나 ‘셀폰’이란 어휘를 사용하던 사람들조차도 ‘핸드폰’이라는 어휘로 전환하여 사용하게 되었다. 결국, 보편동승효과로 인하여 두 가지의 대안은 사라지고 ‘핸드폰’으로 통일된 것이다.

임계사용자 형성과정에서 전환비용과 동승효과의 관계는 밀접하다. 사람들은 지불해야 할 전환비용이 동승효과의 이득과 같거나 높을 때에는 기존에 사용하는 어휘를 새로운 어휘로 대체하지 않는다. 즉, 전환비용의 크기가 동승효과로 인한 이득보다 적을 때에만 새로운 어휘로 대체한다. 여기에서 유행동승효과는 전환비용을 낮추어 새로운 어휘로의 전환이 가능하도록 작용한다.

이상에서 설명한 임계사용자, 전환비용, 동승효과 개념을 사용하여 임계사용자 가설(critical mass hypothesis)을 다음과 같이 정의한다.

가설 1 (보편동승효과와 전환비용): 사람들이 사용하기 시작한 외국어 어휘는 정착하는 과정에서 가능하면 보편적 어휘를 사용하려는 보편동승효과에 힘입어 임계사용자를 확보하게 된다. 임계사용자에 다다를수록 다른 어휘로의 전환비용은 점점 높아진다. 이 높아지는 전환비용은 임계사용자 확보를 더 강화시키는 방향으로 작용한다.

유행에 합류하려는 유행동승효과와 전환비용 개념을 이용하여 새로운 임계사용자를 형성하는 과정을 아래와 같이 정의한다.

가설 2 (유행동승효과와 전환비용): 새로운 외래어 어휘가 동일한 의미의 기존 어휘를 대체할 때에는 유행에 합류하려는 유행동승효과가 기존 어휘의 전환비용을 낮추어 새로운 어휘로의 전환을 가능하게 만든다.

11) 김세중(1998)은 외래어 대신에 똑같은 고유어나 한자를 쓰자는 주장에 대하여 완벽하게 똑같은 뜻의 말은 대개 찾아보기 어렵다고 언급하였다.

2.5. 선사용 어휘의 장점과 사용점유율 경쟁

선사용 어휘의 장점(early-mover advantages)이라는 개념은 시장에 먼저 출시된 상품이 시장점유율(market share) 경쟁에서 유리하다는 경제학 개념에서 유래한다.¹²⁾ 본 논문에서는 이 개념을 “먼저 사용되기 시작한 어휘가 사용점유율(relative usage rate) 경쟁에서 유리하다”는 의미로 바꾸어 사용하기로 한다. 즉, 어떤 어휘를 두고 서로 경쟁하는 여러 개의 대안이 있을 때 먼저 사용하기 시작한 어휘가 사용점유율 경쟁에서 유리하다는 뜻이다.

선사용 어휘의 장점과 사용점유율 경쟁은 앞에서 설명한 전환비용 및 동승효과와 밀접한 관련이 있는 현상이다. 선사용 어휘가 사용점유율 경쟁에서 유리한 이유는 동승효과 때문이다. 다시 말해 선사용으로 인한 초기의 높은 사용점유율이 동승효과를 불러오고 이로 인해 사용점유율이 더욱 높아진다. 결과적으로 동승효과는 먼저 사용하기 시작한 어휘가 잠재사용자를 확보하는데 유리한 고지를 마련해 준다.

또한, 사람들은 동승효과의 이득이 전환비용보다 크지 않으면 새로운 어휘로 전환하는 비용을 지불하려 하지 않는다. 그러므로 전환비용은 먼저 사용하기 시작한 어휘가 사용점유율 경쟁에서 유리하도록 만든다.

가설 3 (선사용 어휘의 장점): 외래어 정착의 초기 과정에서 여러 개의 대안이 있을 때 보편동승효과는 선사용 어휘가 사용점유율 경쟁에서 유리하도록 작용한다. 높은 사용점유율을 차지한 선사용 어휘는 다시 보편동승효과에 힘입어 잠재사용자를 확보하게 된다.

여기에서 잠재사용자는 어휘를 사용하는 사람들의 숫자만이 아니라 어휘를 사용하는 빈도수(frequency)가 될 수도 있다. 앞서 설명한대로 물리학에서 임계질량은 항상 일정한 무게를 뜻하지만, 언어학에서의 잠재사용자는 항상 일정한 숫자를 의미하지는 않는다. 또한, 과반수를 의미하지도 않는다. 잠재사용자는 외국어 어휘가 외래어로 정착하는데 필요한 최소한의 사용자 수 또는 사용빈도수로 정의할 수 있다. 언어학에서의 잠재사용자의 정확한 범위는 실험과 연구를 통하여 앞으로 밝혀져야 할 부분이다.

12) 경제학에서는 early-mover advantages를 ‘선도자의 장점’이라고 번역하여 사용한다. 먼저 시장에 출시된 상품이 시장점유율(market share) 경쟁에서 유리하다는 개념이다. 망외부효과와 전환비용 등은 선도자의 장점을 돕는다. 예컨대, Microsoft's Excel이 가장 먼저 출시된 선도자로 망외부효과를 형성하면 이것은 다른 프로그램(program)으로의 전환비용을 높게 만들어 Microsoft's Excel이 시장점유율 경쟁에서 유리한 고지를 점하도록 작용한다(Besanko, et al., 1996, pp. 554-561).

2.6. 임계사용자 형성 요인들

외래어 정착에 있어서 임계사용자 형성을 주도하는 주체는 다음의 네 가지로 분류해 볼 수 있다: (1) 지식인 및 상류층의 노력, (2) 대중(중·하류층 자연발생적 욕구, (3) 상업적 전략, (4) 언론 캠페인. 각각의 주체에 따라 임계사용자를 형성하는데 있어 주도적인 영향력을 행사하는 요인이 다르게 나타나고 그 특징도 다르다.

첫째, 지식인 및 상류층이 주체가 되어서 임계사용자를 형성하여 정착되는 외래어의 특징은 발음이나 의미가 원어에 가깝다는 것이다. 이 주체들은 정확한 원어의 발음이나 의미를 수용할 수 있는 충분한 지적 능력을 갖추고 있으므로 가능한 한 원어에 근접한 정확한 외래어를 정착시키려고 노력한다. 의학이나 과학 등의 학문과 관련된 어휘가 주로 여기에 해당되는데 그 예는 다음과 같다.¹³⁾

- (1) a. 바이러스(virus)
- b. 에너지(energy)
- c. 스트레스(stress)
- d. 칼로리(calorie)
- e. 미네랄(mineral)
- f. 인터넷(internet)
- g. 컴퓨터(computer)
- h. 온라인(on-line)
- i. 디스켓(diskette)
- j. 디지털(digital)
- k. 아날로그(analog)

지식층은 과학이나 의학과 관련된 어휘 이외에도 우리말 표현이 가능한 일상적인 어휘들을 원어 그대로 많이 사용하기도 한다. 그 예는 다음과 같다.

- (2) a. 패러다임(paradigm)
- b. 프로젝트(project)
- c. 세미나(seminar)
- d. 아젠다(agenda)
- e. 프로토콜(protocol)
- f. 인센티브(incentive)
- g. 시스템(system)
- h. 키워드(keyword)

13) 제시한 예들은 박종호(1998)와 Fisher(1999)를 참조하였다.

- i. 아이덴티티(identity)
- j. 오피니언(opinion)
- k. 브레인스토밍(brainstorming)
- l. 컨셉트(concept)
- m. 리더쉽(leadership)
- n. 컨폼(conform)
- o. 레저베이션(reservation)

이러한 어휘들은 지식층과 상류층에 의하여 처음 소개되어 사용되는 것들이므로 사용점유율에 있어 선사용 어휘의 장점이 크게 작용한다.

과거에는 지식인 및 상류층의 대부분이 일본식 교육을 받은 사람들이었다. 따라서 이들이 주체가 되어 받아들인 외래어들은 독일식, 일본식의 발음과 표기를 따랐다. 그러나 현재의 지식인 및 상류층은 대부분 영미식 교육을 받았거나 받고 있다. 이런 이유로 지식인이 주체가 된 외래어들은 독일식, 일본식의 발음과 표기에서 영어식으로 변해 가는 추세이다. 예컨대 과거에는 ‘비루스’, ‘에네르기’로 발음되던 것이 현재에는 바이러스, 에너지로 발음되고 있다.¹⁴⁾

둘째, 대중(중·하류층)이 임계사용자를 형성하여 정착되는 외래어는 가급적 자신들이 알고 있는 손쉬운 외국어와 발음을 사용하려 하므로 발음이나 의미에 있어서 왜곡된 형태가 많다. 왜곡의 형태로는 영어와 우리말의 혼합형태, 축약, 영어의 본래 뜻과는 전혀 다른 형태, 임의로 영어를 조합한 형태 등 다양하다. 중·하류층의 대중들은 지식층에 비해 어휘에 대한 습득력과 적응력이 떨어지므로 새로운 어휘로 전환할 때 지불해야 하는 전환비용이 매우 높다. 이러한 이유로 대중이 주체가 되어 임계사용자를 형성할 때에는 전환비용이 큰 영향력을 미친다. 대중이 주체가 되어 임계사용자를 확보한 외래어의 예는 다음과 같다. 각 외래어의 오른쪽에 올바른 영어 표현을 표기하였다.

- (3) a. pc방 - internet cafe
- b. 에어컨 - air conditioner
- c. 리모콘 - remote controller
- d. 오피스텔 - studio
- e. 킨닝 - cheating
- f. 핸드폰 - cell phone
- g. 하이킹 - bicycling

14) 일본에서의 영어 외래어를 연구한 Stanlaw(2002)는 이와 비슷한 현상을 분석하였다. 그는 일본의 기성세대가 전화를 ‘혼(hon)으로 발음하는데 비해 제대로 된 영어교육의 기회가 많았던 젊은 세대는 원음에 더 가까운 ‘폰(fon)으로 발음한다고 지적한다. Stanlaw(2002)는 이러한 현상을 vantage theory를 이용하여 설명하고 있다.

- h. 파마 - hair perm
- i. 오픈카 - convertible
- j. 미팅 - blind date

셋째, 상업적 전략에 따른 유행동승효과는 이미 상용되고 있는 적당한 우리말 어휘를 새로운 외래어로 바꿀 수 있을 정도로 막강한 힘을 지닌다. 외국어를 사용함으로써 고급화·차별화 하려는 상업적인 목적이 사람들의 허영심과 결탁하여 새로운 임계사용자를 형성하는 것이다. 이러한 외래어는 같은 의미의 우리말에 비하여 세련되고 고급스럽다는 착각을 불러일으키는 효과가 있다. 그리고 원래 영어의 의미보다 고급스럽고 또한 제한적인 의미를 갖는 것이 특징이다. 영어를 사용하는 것이 유행의 첨단에서 시대적 조류를 앞서가고 있는 듯한 사람들의 심리적인 허영심이 유행동승효과로 작용한 것으로, 이로 인해 수많은 우리말이 새로운 외래어로 대체되어 가고 있다.¹⁵⁾ 다음의 예는 적당한 우리말 표현이 있었음에도 불구하고 임계사용자를 이미 확보하였거나 확보해 가고 있는 외래어 어휘들이다.¹⁶⁾

- (4) a. 레스토랑(restaurant) - 서양식 고급식당
- b. 커피숍(coffee shop) - 고급다방
- c. 베이커리(bakery) - 빵가게
- d. 파티(party) - 잔치
- e. 이벤트(event) - 행사
- f. 쿠키(cookies) - 과자
- g. 마트(mart) - 대형할인매장
- h. 메뉴(menu) - 식단차림표
- i. 로비(lobby) - 휴게실
- j. 톨게이트(toll gate) - 매표소

이선영(1998)은 우선적인 순화 대상으로 고유어 업종명을 외래어로 대체한 ‘레스토랑’, ‘베이커리’, ‘부티크’, ‘헤어숍’ 등을 들었다. 그러나 이러한 외래어들은 이미 임계사용자를 확보한 것으로 보이므로 우리말로 순화시키기란 현실적으로 쉽지 않은 일이다. 이에 비해 고성환(1998)의 불법 주차 ‘스티커’를 ‘불임 딱지’라는 순화어로 변경하여 사용하는 것은 무리가 있다는 주장은 본 논문의 임계

15) 예외적으로 기존에 사용되던 외래어가 우리말 어휘로 대체되는 일도 있다. 예컨대, 과거 대학가에서 흔히 사용되던 ‘씨클’이라는 외래어는 현재 ‘동아리’라는 말로 바뀌었다.

16) 이러한 현상은 대기업들의 상호변경에서도 잘 나타난다. ‘럭키금성’과 ‘선경’이 각각 ‘LG’와 ‘SK’로 바뀌지는 이미 오래 되었다. 최근 ‘한국통신’과 ‘국민은행’이 각각 ‘KT’와 ‘KB’로 상호를 변경하자 원래의 상호로 돌아가라며 국어운동 단체들이 소송을 제기했다(조선일보 2002년 11월 28일 기사 “KB? KT? 누구 담대로”).

사용자 가설에 비추어 볼 때 보다 현실적으로 보인다.

넷째, 언론이 주체가 될 때에는 방송이나 인쇄물을 통해 어휘의 사용빈도수를 높일 수 있다. 이것은 언론이 임계사용자 확보에 있어서 매우 유리한 위치에 있다는 것을 의미한다.

우리나라 언론 매체는 부정확한 외국어 사용을 남발하여 국민들의 언어생활에 악영향을 미친다는 비난을 많이 받고 있다. 여러 가지 언론 매체 중에서도 방송언어는 국민의 언어생활에 지대한 영향을 미친다는 이유로 자주 연구대상이 되고 있다.¹⁷⁾

박갑수(1996)는 방송언어가 어떠해야 하는지를 다음의 네 가지로 요약하였다. 첫째, 표준어이어야 한다. 둘째, 구두어이어야 한다. 셋째, 쉬운 말이어야 한다. 넷째, 순화된 말이어야 한다. 여기서 말하는 순화된 말이란 구체적으로, 속되고 야비하거나 외래어로 얼룩지지 않은 품위 있으며 우아한 말로 정의하고 있다. 즉, 방송언어는 시범성과 교육성을 고려하여 비어, 속어, 은어, 유행어, 외래어를 삼가해야 한다고 주장하였다.

국립국어연구원과 국어심의회는 1999년 이후 언론 외래어 순화작업을 지속적으로 벌여 왔다. 그 일환으로 국어심의회 국어순화분과위는 2002년 12월 16일에 340개의 ‘언론 외래어 순화 용어’를 확정·발표하였다. 발표된 대표적인 사례는 다음과 같다. 왼쪽 항목은 순화 대상 용어이고 오른쪽은 순화 용어의 항목이다.

- (5) a. A매치 - 국가간 경기
- b. 가드레일 - 보호난간
- c. 골든골 - 끝내기 골
- d. 골세레머니 - 득점뒤풀이
- e. 노블리스 오블리츠 - 지도층의 의무
- f. 다운로드 - 내려받기
- g. 다이어리 - 비망록, 일기장
- h. 랜드마크 - 표지물
- i. 러닝머신 - 달리기틀
- j. 바코드 - 막대표시, 줄표시
- k. 모델하우스 - 본보기 집
- l. 서포터즈 - 응원단, 후원자

17) 이은경(1998)은 방송 중에서도 오락방송이 프로그램의 가장 많은 비중을 차지하고 시청자가 가장 쉽게 접할 수 있는 방송 분야이며 따라서 오락방송에 사용된 외래어가 국민의 일상 언어생활에 미치는 영향이 매우 크다고 하였다. 방송 언어의 외래어 사용에서 가장 심각한 문제로 드라마 등의 오락 프로그램에서 기본 외래어로 보기 어려운 단어를 사용한다는 점을 지적하였다. 언론에서도 TV의 연예·오락 프로그램이 우리말의 저속화에 앞장선다는 지적이 많다(조선일보 2002년 11월 22일 기사 “방송이 우리말 저속화 앞장선다”).

- m. 쇼윈도 - 전시장, 진열장
- n. 엘로카드 - 경고쪽지
- o. 이메일 - 전자우편
- p. 카파라치 - 교통 신호꾼
- q. 튜닝 - (부분)개조
- r. 패스트푸드 - 즉석음식
- s. 홈페이지 - 등지, 누리집

위의 예에서 볼 수 있듯이 순화 대상 용어 중에는 이미 임계사용자를 확보한 외래어가 많이 포함되어 있다. 일단 임계사용자를 확보한 외래어가 국가 기관의 지시나 언론의 노력으로 순화용어로 전환되어 사용되는 것은 거의 불가능하다. 그럼에도 불구하고 언론에서 지속적으로 외래어 대신 순화용어를 사용한다면 대중들과는 괴리된, 심지어는 그 의미조차 왜곡될 수 있는 언론용 어휘들을 생산하는 결과가 초래될 수도 있다. 다시 말해, 임계사용자를 이미 확보하여 상용되고 있는 외래어조차도 수용하려 하지 않으려는 언론의 노력이 대중과 괴리된 언어사용을 만들어내는 결과를 낳게 된다는 것이다.

임계사용자 형성을 주도하는 위의 네 가지 주체들은 때로는 서로 협력하기도 하고 때로는 서로 대립하기도 하면서 임계사용자의 형성을 주도해 나간다. 주로 지식인 및 상류층과 언론이 협력하고, 대중은 상업적인 전략과 협력하는 형태로 나타난다. 후자의 협력 형태는 동승효과를 극대화하여 이미 구축된 임계사용자를 바꿀 수 있을 정도로 막강한 힘을 발휘하기도 한다.

임계사용자의 형성을 주도하는 요인들 간의 힘의 대결을 극명하게 보여 주는 좋은 예로 ‘핸드폰’을 들 수 있다. 지식층에서는 ‘셀폰’으로, 언론에서는 ‘휴대전화’로 대중은 ‘핸드폰’으로 각각의 다른 표현을 사용하기 시작했다. ‘핸드폰’은 엄격히 말하자면 외래어가 아닌 특수한 형태의 어휘임에도 불구하고 원어에 가장 근접한 발음인 ‘셀폰’이나 우리말인 ‘휴대전화’를 제압하고 임계사용자를 확보한 경우이다.

3. 결론 및 제언

어떤 외국어 어휘가 우리말 외래어로 정착되기 위해서는 임계사용자의 확보가 필요하다. 필요에 의하여 도입되기 시작한 외국어 어휘는 보편동승효과에 힘입어 더 많은 사람들이 사용하게 된다. 그 어휘 사용자의 수가 늘어날수록 보편동승효과는 더욱 커지고, 이것은 다른 새로운 어휘로 전환하는데 소요되는 전환비용을 높이는 역할을 하게 되므로 임계사용자를 확보할 수 있도록 돕는다.

세계화 시대에 살고 있는 우리는 그 어느 때보다 다양한 외국어를 접하게 되었고 이들 중 많은 외국어는 외래어로 정착되고 있다. 여러 가지 외국어 대안이

하나의 외래어로 정착되는 과정에서 일어나는 사용점유율 경쟁에서 먼저 사용한 어휘가 유리한 고지를 점한다. 이때 보편동승효과는 전사용 어휘가 높은 사용점유율을 차지하도록 만듦으로써 임계사용자를 확보할 수 있도록 도와준다.

전 세계에서 사용되고 있는 수많은 언어 중 영어는 가장 많은 사람들이 사용하는 국제어이다. 따라서 외래어에 있어서도 영어식으로 발음하고 표기하는 것이 세계적인 추세이다. 이러한 세계적인 추세와 더불어 국내적으로는 적절한 우리말이 영어 외래어로 대체되는 경우가 많이 발생하고 있다. 이러한 현상은 유행의 침단에 서서 시대의 조류를 앞서가고 싶어하는 사람들의 심리가 유행동승효과로 작용하여, 기존의 우리말이 새로운 외래어로 대체되는데 필요한 전환비용을 낮추기 때문에 가능한 일이다.

임계사용자 형성을 주도하는 주체를 지식인 및 상류층의 노력, 언론 캠페인, 대중의 자연발생적 욕구, 상업적 전략의 네 가지로 나뉘어 보았다. 지식인 및 상류층이 주체가 되어 정착되는 외래어는 비교적 원어의 발음과 의미에 가깝다. 의학, 과학 등 학문과 관련된 외래어가 주로 여기에 해당한다. 언론이 주체가 될 때에는 언론매체를 이용하게 되므로 사용 빈도수에서 유리하다. 대중은 이미 알고 있는 쉬운 외국어를 사용하려는 특징이 있으므로 이들이 주체가 되어 정착되는 외래어는 의미와 발음에서 왜곡된 형태로 나타나는 예가 많다. 상업적 전략에 의하여 외래어가 정착될 때에는 유행동승효과가 큰 위력을 발휘한다. 외국어를 사용함으로써 고급화차별화를 내세우는 상술과 유행동승효과가 결합하여 이미 사용하고 있는 적절한 우리말이 새로운 외래어로 전환되는 것을 가능하게 만든다.

언어는 옳고 그름을 떠나 사람들이 사용하기 편리한 방향으로 진화해 간다. 외래어의 정착도 마찬가지이다. 그러나 외래어가 가급적 원어에 가까운 발음과 의미로 정착하는 것이 보다 효율적인 언어의 사용을 위하여 바람직하다.¹⁸⁾

올바른 외래어 정착에 있어서 식자층과 언론의 역할이 매우 중요하다. 이들은 원어에 근접한 보다 정확한 외래어를 수용할 만한 지적능력을 갖추었기 때문이다. 이들은 사용 빈도수와 전사용의 장점을 활용할 수 있으므로 사용점유율 경쟁에서 유리한 위치를 확보할 수 있다. 또한 식자층은 가능하면 원어에 가까운 발음과 의미로 외래어가 정착되도록 노력하는 특성이 있다.

상업적인 목적이나 대중의 필요에 의하여 외래어가 도입되면 발음과 의미에서 왜곡된 형태로 정착되기 쉽다. 그리고 일단 임계사용자를 확보하여 굳어진 외래어는 높아진 전환비용 때문에 왜곡된 형태일지라도 바로 잡기가 힘들다.

언론이 외래어 사용을 무조건 배제하고 우리말만을 사용해야한다고 주장하는 것은 문제가 있다. 세태를 외면하고 외래어를 무조건 배제하려는 노력은 대중들은 사용하지 않고 언론에서만 사용하는 특수한 언론용 어휘를 생성할 뿐만 아

18) 오선회(2003)는 이러한 언어사용의 효율성을 '국제동승효과'라는 개념으로 분석하고 있다.

나라 외래어가 원어에 가까운 발음과 의미로 정착하는 것을 저해하는 요인이 될 수도 있기 때문이다. 따라서 언론은 올바른 외래어 정착을 위하여 보다 능동적으로 대처할 필요가 있다.

참 고 문 헌

- 고성환. (1998). 신문·잡지 분야의 외래어 사용 실태. 새국어생활 8-2, 82-101.
- 국립국어연구원. (2002). 언론 외래어 순화 자료집.
- 국립국어연구원. (2003). 2002년 신어 보고서.
- 김세중. (1998). 외래어의 개념과 변천사. 새국어생활 8-2, 5-18.
- 박갑수. (1996). 한국 방송언어. 서울: 집문당.
- 박숙희. (1996). 우리말 속 일본말. 서울: 한울림.
- 박중호. (1998). 영어리 영어 바른 영어 1, 2. 서울: 조선일보사.
- 북거일. (1998). 국제어 시대의 민족어. 서울: 문학과 지성사.
- 북거일. (2002). 2002 자유주의 정당의 정책. 서울: 자유기업원.
- 송철의. (1997). 외래어의 순화방안과 수용대책. 외래어 사용실태와 국민 언어 순화방안, 국어학회.
- 송철의. (1998). 외래어의 순화 방안과 수용 대책. 새국어생활 8-2, 21-39.
- 오선희. (2003). 입제다수이론을 적용한 영어 외래어 수용에 관한 연구. 박사학위논문. 단국대학교 대학원.
- 이선영. (1998). 상호·상표 분야의 외래어 사용. 새국어생활 8-2, 103-118.
- 이승명. (1982). 외래어 수용 양태에 대한 어휘 의미론적 연구. 수련회논문집 제 9집.
- 이은경. (1998). 방송 분야의 외래어 사용. 새국어생활 8-2, 41-57.
- 임홍빈. (1998). 외래어 표기의 역사. 새국어생활 6-4, 3-4.
- 조선일보. 2002/11/22, 2002/11/28.
- 피셔, 스콧(Fisher, Scott). (1999). 미국에선 안 통하는 한국식 영어 표현. 서울: 다락원.
- Besanko, D., D. Dranove, & M. Shanley. (1996). *The Economics of Strategy*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Hoffer, B. (1990). English loanwords in Japanese: Some cultural implications. *Language Sciences* 12, 1-12.
- Lamarsh, J. R. (1966). *Introduction to Nuclear Reactor Theory*. Reading: Addison-Wesley Publishing Co.
- Mahler, A. & E. M. Rogers (1999). The diffusion of interactive communication innovations and the critical mass: The adoption of telecommunications services by German banks. *Telecommunication*

Policy 23, 719-740.

- Nettle, D. (1999). Is the rate of linguistic change constant? *Lingua* 8, 119-136.
- Pindyck, R. S. & D. L. Rubinfeld. (2001). *Microeconomics*. New York: Prentice Hall.
- Roberts, P. (1994). Speech communities in V. P. Clark, A. F. Rosa and P. A. Escholz, eds., *Language: Introductory Readings*. New York: St. Martin's Press. 509-518.
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovations*. New York: Free Press.
- Stanlaw, J. (1992). English in Japanese communicative strategies. in B. B. Kachru, ed., *The Other Tongue*, Chicago: University of Illinois Press. 178-208.
- Stanlaw, J. (2002). Hire or fire? Taking AD-vantage of innovations in the Japanese syllabary system. *Language Sciences* 24, 537-574.
- Staudt, K. (1996). Women in politics: Mexico in global perspective. in V. E. Rodriguez, ed., *Women's Participation in Mexican Political Life*. Boulder: Westview Press.
- Studlar, D. T. & I. McAllister. (2002). Does a critical mass exist? A comparative analysis of women's legislative representation since 1950. *European Journal of Political Research* 41, 233-253.

오 선 희

330-705

충청남도 천안시 안서동 393

백석대학 관광학부

전자우편 : shoh312@yahoo.co.kr

접수일자 : 2004. 11. 30

수정본 접수 : 2005. 2. 14

게재결정 : 2005. 2. 23